

Posudek oponenta diplomové práce

Student: Úvegešová Aneta
Název diplomové práce: Vnímání a hodnocení obchodní značky vybrané společnosti z pohledu veřejnosti
Vedoucí práce: Mgr. Pavla Jindrová, Ph.D.
Oponent práce: Ing. Kateřina Kantorová, Ph.D.
Pracovní pozice oponenta: Odborný asistent, FES - Univerzita Pardubice

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Práce je pečlivě zpracována, především po stránce rešeršní. Autorka využila české i řadu zahraničních zdrojů. Následně je velmi stručně představena společnost, jejíž značka je dále zkoumána pomocí dotazníkového šetření. Škoda, že autorka více nepropojila teoretické znalosti s detailnějším popisem zkoumané značky. Například jaká je hodnota značky, jak společnost značku řídí, zda sleduje vývoj značky atp.

V teoretické části nejsou podklady pro nástroj, který je v práci využit tzn. dotazníkové šetření.

V praktické části chybí marketingové popsání a charakteristika zkoumané značky. Autorka na základě výsledků šetření navrhuje vhodné změny pro budování značky. Zkoumaná společnost není detailněji popsána, díky tomu si nejsem jistá, zda všechny nástroje jsou pro firmu dosažitelné (například reklama v TV). Autorka neodhadla náklady na jednotlivé kroky, které navrhuje.

U dotazníkového šetření chybí popis základního souboru. Nelze proto hodnotit reprezentativnost zkoumaného vzorku.

Celkově si myslím, že závěry a návrhy autorky jsou využitelné zkoumanou společností, a i přes výše uvedené nedostatky se mi práce líbí.

Otázky a náměty k obhajobě

Na straně 37 autorka stanovila minimální rozsah výběrového souboru na 384 respondentů. Na základě filtrační otázky č. 1 zůstalo pro další zpracování odpovědí na ostatní otázky pouze 305 dotazníků. Považuje autorka, vzhledem k cíli práce, získaný výběrový vzorek za dostatečný?

Autorka může při obhajobě dodatečně popsat základní soubor.

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **C**

V Pardubicích 12.1.2023

Podpis